

Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Café Rozo

Rosalba Monroy Rivera

Karem Lucía Trujillo Rodríguez

Deisy Johana Rangel

Leidy Rocio Morantes

Yesenia Trujillo Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables Económicas y de Negocios – ECACEN

Administración de Empresas

Julio 2020

Plan de Responsabilidad Social Empresarial para Café Rozo

Rosalba Monroy Rivera

Karem Lucía Trujillo Rodríguez

Deisy Johana Rangel

Leidy Rocio Morantes

Yesenia Trujillo Rodríguez

Tutor

Leonardo Artunduaga Polo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables Económicas y de Negocios – ECACEN

Administración de Empresas

Julio 2020

Tabla de contenido

Lista de tablas	5
Lista de figuras	6
Objetivos	7
General	7
Específicos.....	7
Resumen	8
Palabras clave	9
Abstract	10
Keywords.....	11
Introducción.....	12
Presentación de la empresa y criterios de selección	13
Instrumento de diagnóstico, resultados y análisis	18
Definición de marco estratégico, imagen mapa estratégico y explicación a partir de la dimensión económica, social y ambiental	40
Mapa estratégico	40
Explicación dimensión económica, social y ambiental.....	42
Marco legal (Norma ISO 26000).....	43
Plan de estratégico de responsabilidad social (situación actual, plan de mejora, código de ética)	45

Conclusiones.....	52
Anexo	54

Lista de tablas

Tabla 1 Criterios de selección.....	15
Tabla 2 Marco institucional Café Rozo	17
Tabla 3 Resultados.....	29
Tabla 4 Plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial de la Tostadora de Café Rozo	45

Lista de figura

Ilustración 1 Formato de entrevista	36
Ilustración 2 Formato de entrevista	37
Ilustración 3 Árbol de problemas.....	39
Ilustración 4 Árbol de soluciones	40
Ilustración 5 Mapa estratégico	41

Objetivos

General

Diseñar un plan de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Café Rozo.

Específicos

Realizar diagnóstico de acuerdo las materias fundamentales o variables de la norma internacional ISO 26000, a partir de la creación y aplicación de instrumentos de recolección de información.

Crear un plan de mejora y Código de Ética para la empresa Café Rozo, donde se encuentren los principios fundamentales para los trabajadores, clientes y proveedores.

Construir el marco lógico y el mapa estratégico a partir de los componentes económicos, sociales y ambientales.

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial, es una herramienta importante para todo tipo de organización, busca fortalecer los aspectos ambiental, social y económico. Para la empresa Tostadora Café Rozo es un reto aplicar la normatividad vigente en RSE, puesto que para esta actividad es necesario que su tecnología sea mejorada o cambiada ya que esta es la que ocasiona en gran medida la contaminación al medio ambiente.

Para la construcción del plan de mejora de Café Rozo, se realizó un diagnóstico y un análisis de los diferentes aspectos de RSE, con el fin de que la empresa contribuya de forma activa con soluciones para mitigar los impactos negativos en los diferentes campos, la RSE no es una obligación para la empresa por el contrario es una oportunidad para que Café Rozo crezca y sea reconocida a nivel regional.

Palabras clave

Responsabilidad social (16052)

Empresa (669)

Contaminación (6445)

Café (3747)

Regionalismo (14468)

Abstract

Corporate Social Responsibility is an important tool for all types of organization, it seeks to strengthen the environmental, social and economic aspects. For the company Roaster Café Rozo it is a challenge to apply the current CSR regulations, since for this activity it is necessary that its technology be improved or changed since this is what causes pollution to the environment to a great extent. For the construction of the Café Rozo improvement plan, a diagnosis and analysis of the different aspects of CSR was carried out, in order for the company to actively contribute with solutions to mitigate negative impacts in the different fields, The RSE it is not an obligation for the company, on the contrary, it is an opportunity for Café Rozo to grow and be recognized at the regional level

Keywords

Responsabilidad social - Responsabilité sociale

Empresa - Entreprise

Contaminación - Pollution

Café - Coffee

Regionalismo - Régionalisme

Introducción

La Tostadora Café Rozo nació en Pamplona Norte de Santander, es una empresa familiar que ha permanecido a lo largo del tiempo dentro de la región, es reconocida por su aporte a los caficultores de la zona, lo que se define como un apoyo fundamental para el campesinado de Pamplona, además ha contribuido de manera constante en la preservación del medio ambiente por lo que es considerada como una empresa socialmente responsable.

La responsabilidad Social Empresarial no es una obligación para ninguna empresa, día tras día la aplicación de esta es fundamental para cualquier organización, la RSE a su vez se convierte en una herramienta para el éxito de las mismas, debido que esta proporciona reconocimiento en el mercado. Para los clientes actuales es muy importante que las compañías aporten con la conservación del medio ambiente, puesto que este es uno de los aspectos más vulnerados con la operación de la mayoría de las organizaciones.

El presente trabajo presenta un diagnóstico y un análisis para la empresa Café Rozo con los que se pretende brindar los mecanismos necesarios para la construcción de un plan de mejora que contiene un código de ética con el cual se pretende optimizar y mejorar la operación de la empresa.

1. Presentación de la empresa y criterios de selección

Tostadora Café Rozo

Empresa tostadora “Café Rozo” dio inicio en el año 1971 en Pamplona, Norte de Santander gracias al esfuerzo de su fundador Jacobo Rozo en compañía de su esposa Griselda Duarte, con quien molía y vendía el grano de café tostado.

Es una de las más antiguas tostadoras de café en la ciudad de Pamplona, creada incluso antes que la Sociedad Nacional de Cafeteros de Colombia y con una gran trayectoria familiar que a través de sus generaciones ha permitido seguir dándole continuidad a este legado; contribuyendo al progreso del municipio y sus alrededores.

La prospera empresa empezó a crecer de acuerdo a las necesidades y demandas del mercado, en cada una de las diferentes épocas transcurridas.

Inicialmente Jacobo Rozo se valió de su ingenio para la producción del café tostándolo en peroles sobre fogones de leña y posteriormente triturado en pequeños molinos de mano; el producto final era empacado en pequeñas bolsas de plástico selladas al calor de una vela y la distribución se realizaba utilizando una bicicleta antigua como medio de transporte desde la casa del fundador hasta los hogares pamploneses.

Está ubicada en la carrera 8 con calles 5 y 6 del centro de Pamplona se convirtió en una delicia para el olfato. En la cuadra se siente el olor a café tostado que proviene de una de las viviendas del sector, en donde desde hace 46 años funciona la empresa familiar Café Rozo, a través los años, este negocio se ha convertido en ejemplo de tenacidad, empuje, seriedad, perseverancia y progreso.

El crecimiento de esta empresa su mercado más fuerte es Pamplona, Café Rozo hace presencia en bodegas, tiendas y cafeterías. También en algunos municipios aledaños.

Mercedes Elena Rozo, quien funge como representante legal, contó que “estamos trabajando en la tecnificación del proceso. Actualmente trabajamos con materia prima de alta calidad para tener un café 100% puro, suave, tipo exportación”. De forma paralela, están trabajando para ingresar el producto en Cúcuta. Están presentes en mercados campesinos y en algunos establecimientos comerciales de la ciudad.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto; La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) está incorporada en la empresa tostadora de Café Rozo; ya que es de suma importancia porque es un tema que ha cobrado especial importancia en las últimas décadas. Dicha importancia se ha visto plasmada, por la proliferación de normativas e índices cuyo objetivo fundamental es establecer patrones en donde las empresas divulguen información y coloquen en práctica la ISO 26000, y se lleva a cabo la normatividad del año 2010, donde nos dan las pautas y guía de la responsabilidad social en materias de rendición de cuentas, transparencia y comportamiento general. Se ha ganado especial relevancia en un contexto ambiental, en donde la empresa tostadora de una manera voluntaria aporta información cuyo resultado en la elaboración de un índice de sustentabilidad.

Tabla 1

Criterios de selección

Empresa	Los instrumentos (Calificar de 1 a 5)	Estratégico y una descripción, que puede ser incluida en el marco institucional del trabajo (Calificar de 1 a 5)	Materias fundamentales del ISO 26000 (Calificar de 1 a 5)	Sumatoria total
Deysy Rangel				
Cementos Argos				
Industria licorera del cauca	3	3	4	10
Tostadora Café Rozo	4	4	4	12
Lotería del cauca	3	3	3	9
Cerámica Italia				
Karem Lucia Trujillo				
Cementos Argos	2	4	4	10
Industria licorera del cauca	3	4	4	11
Tostadora Café Rozo	4	4	4	12
Lotería del cauca	3	3	3	9
Cerámica Italia	2	3	3	8
Yesenia Trujillo Rodriguez				
Cementos Argos	2	4	4	10
Industria licorera del cauca				
Tostadora Café Rozo	3	4	4	10
Lotería del cauca	3	3	4	10
Cerámica Italia	2	3	3	9

**Rosalba
Monroy Rivera**

Cementos Argos	4	5	4	13
Industria licorera del cauca	4	3	4	11
Tostadora Café Rozo				
Lotería del cauca	4	2	4	10
Cerámica Italia	4	4	4	12

**Leidy Rocio
Morantes**

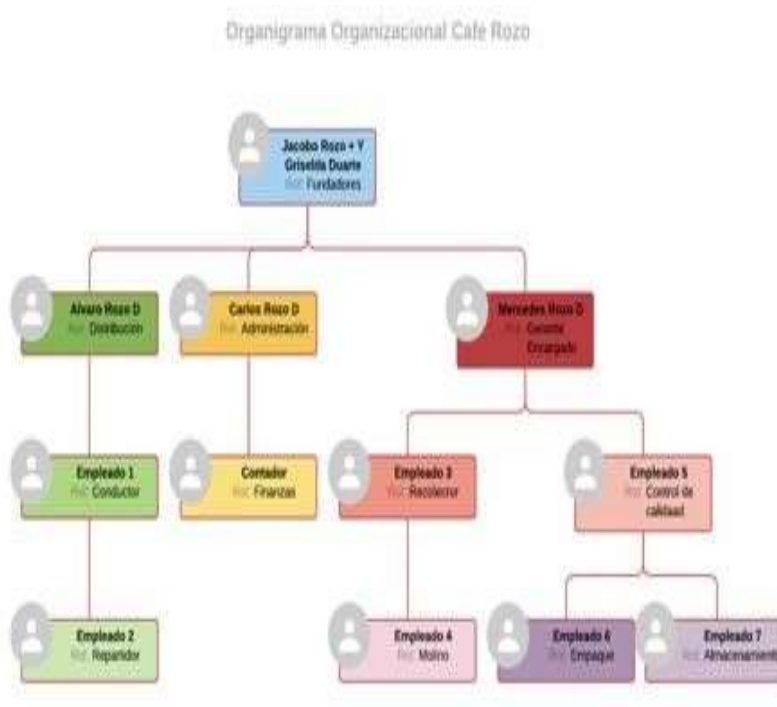
Cementos Argos	4	4	5	13
Industria licorera del cauca	4	4	4	12
Tostadora Café Rozo	4	4	5	13
Lotería del cauca	3	4	4	11
Cerámica Italia	3	5	4	13

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Marco institucional Café Rozo

Nombre de la Empresa	Tostadora Café Rozo
Sector	Primario, artesanal, obtención de producto.
Ubicación	Carrera 8 # 5-99 Centro Pamplona, N de S
Misión	La empresa tostadora de Café Rozo dedicada a la producción y comercialización de café, deleita al consumidor pamplonés y del departamento con productos de alta calidad y servicio al cliente.
Visión	Café Rozo para el año 2021 será la primera empresa tostadora de café en el departamento de Norte de Santander gracias a la innovación en sus líneas de productos, utilización de estándares de calidad y tecnología de última generación en sus productos.
Valores	Honestidad, creatividad, responsabilidad, liderazgo, austeridad, compromiso de servicio, trabajo en equipo.
Estructura Organizacional	



Fuente: Elaboración propia

Instrumento de diagnóstico, resultados y análisis

Gobernanza de la organización

Instrumento cuestionario: Tostadora Café Rozo

El siguiente cuestionario se utiliza con instrumento para la recolección de información acerca de la gobernabilidad en una empresa; se solicita ser preciso y conciso en cada pregunta formulada.

1. ¿Cuál es el compromiso de responsabilidad social que la empresa tiene frente a la sociedad?
2. ¿Qué incentivos brinda la empresa a sus clientes?
3. ¿Cuál es el objetivo principal para que su empresa promueva el desarrollo económico?
4. La estructura de la organización de la empresa representa responsabilidad social.
Sí _____ No _____
5. Cuáles son las acciones interna que la empresa ha adoptado para cumplir sus objetivos
6. ¿Qué compromisos ha adquirido la organización para una buena gobernabilidad?
7. ¿Cuáles son las estrategias de mejoramiento para obtener un producto de buena calidad?
8. Como incentivan a sus empleados para que el trabajo sea en equipo?
9. Qué estrategias tiene la empresa para posicionarse en el mercado con producto de buena calidad?
10. ¿Cómo la empresa evalúa los procesos para obtener los mejores resultados?

Resultados y análisis de la información recolectada

El cuestionario anterior se aplicó a 10 personas pertenecientes a la empresa Tostadora Café Rozo, donde se obtuvo los siguientes resultados:

1. **¿Cuál es el compromiso de responsabilidad social que la empresa tiene frente a la sociedad**

El 80% de la población a quien se le aplicó el cuestionario hace referencia a los valores que la empresa promueve; el 20% equivale a la calidad de vida según el compromiso de sus empleados.

2. Qué incentivos brinda la empresa a sus clientes?

El 41% de la población a quien se le aplicó el cuestionario hace referencia a los bonos recibidos como incentivo por parte de la empresa, el 34% equivale al reconocimiento en sus actividades realizadas, el 13% representa descuentos en sus horarios de trabajo; y el 12% son las promociones aplicadas a los empleados por adquirir el producto.

3. ¿Cuál es el objetivo principal para que su empresa promueva el desarrollo económico?

El 49% de la población a quien se le aplicó el cuestionario hace referencia al empleo generado por la empresa, el 41% equivale al crecimiento económico que la empresa tiene de acuerdo a sus procesos; el 10% representa la productividad con que la empresa emprende nuevos proyectos para el mejoramiento de la misma.

4. ¿La estructura de la organización de la empresa representa responsabilidad social?

El 83% de la población a quien se le aplicó el cuestionario representa que la empresa tiene una gran responsabilidad social en la comunidad; el 17% se considera que la empresa no tiene muy bien definida su responsabilidad.

5. Cuáles son las acciones interna que la empresa ha adoptado para cumplir sus objetivos?

El 26% de la población a quien se le aplicó el cuestionario hace referencia a que empresa da plazos accesibles para que sus clientes puedan realizar sus pagos, el 36% equivale a los recursos con los que cuenta para realizar sus tareas, el 24% representa el éxito que tiene la empresa en el mercado siendo esta única en la región donde está posicionada; el 14% son los logros que ha obtenido a nivel departamental y nacional por ser una empresa de emprendimiento.

6. ¿Qué compromisos ha adquirido la organización para una buena gobernabilidad?

El 41% de la población a quien se le aplicó el cuestionario hace referencia a la lealtad de sus empleados, clientes y proveedores quienes tienen el compromiso de que la empresa sea una de las mejores en la región, el 28% equivale a la satisfacción de sus clientes en el momento de adquirir el producto, el 31% representa la participación de cada una de las áreas de la empresa quienes son los responsables de que el producto llegue a su destino final satisfaga el gusto del cliente.

7. ¿Cuáles son las estrategias de mejoramiento para obtener un producto de buena calidad?

El 47% de la población a quien se le aplicó el cuestionario referencia que la estrategia más importante es satisfacer a sus clientes, así se obtiene un mejor producto a la venta, el 13% equivale a la optimización de sus recursos para un mejor producto, el 26% representa la forma como intenta innovar cada día para que sus clientes queden satisfechos al momento de adquirir el producto; el 14% representa el desarrollo económico que la empresa promueve en su región.

8. Como incentivan a sus empleados para que el trabajo sea en equipo?

El 21% de la población a quien se le aplicó el cuestionario, los directivos son flexibles en sus horarios dependiendo de las actividades, el 19% equivale a facilitar días libres como reconocimiento en sus actividades realizadas, el 32% representa los reconocimientos que se le otorgan a sus empleados por ser los mejores en cada una de sus áreas de trabajo; el 28% se refiere a las integraciones que la empresa realiza cada tres o seis meses para unir a sus empleados y conocerse mejor.

9. Qué estrategias tiene la empresa para posicionarse en el mercado con productos de buena calidad?

El 48% de la población a quien se le aplicó el cuestionario hace referencia al precio del cual es accesible a cualquier consumidor, el 14% representa que la empresa no tiene competencia, la cual

esta es única en la región donde labora, el 38% equivale a la calidad de su producto, siendo que sus proveedores son exclusivos y por ende permite que su producto sea de muy buena calidad.

10. ¿Cómo la empresa evalúa los procesos para obtener los mejores resultados?

El 83% de la población a quien se le aplicó el cuestionario hace referencia a la evaluación de sus objetivos periódicamente, observando si estos se están cumpliendo o no; el 17% representa el alcance hacia dónde quiere llegar la empresa para posicionar el producto.

Derechos humanos

Instrumento: Encuesta aplicada a 5 colaboradores de la empresa Tostadora Café Rozo.

Encuesta empresa Tostadora Café Rozo

La siguiente encuesta se realiza con el fin de verificar el cumplimiento de los Derechos Humanos como materia fundamental en la RSE, dentro de la empresa.

De acuerdo a las siguientes preguntas, marque Sí o No; Sí, No, A veces; Bueno, regular o malo, según lo que usted considere.

1. ¿Existe en la empresa un Plan de Bienestar Laboral?

Sí____ No ____

2. ¿Se encuentra afiliado a seguridad social (Salud, pensión y riesgos), por parte de la empresa?

Sí____ No ____

3. ¿Existe por parte de los altos mandos y de los empleados relaciones de respeto, igualdad y dignidad de las personas?

Sí____ No ____

4. ¿Existe por parte de los altos mandos acciones de abuso del poder y maltrato?

Sí____ No ____

- 5. ¿Los miembros de la empresa Tostadora Café Rozo se apoyan o han apoyado de organismos y agrupaciones de derechos humanos, para hacer valer sus derechos?**

Sí____ No ____

- 6. ¿Existe en la empresa Tostadora Café Rozo la libertad de expresión y de elección?**

Sí____ No ____ A veces ____

- 7. ¿La empresa paga horas extras a sus trabajadores?**

Sí____ No ____

- 8. ¿Ha sentido que sus derechos han sido vulnerados en alguna oportunidad?**

Sí____ No ____ A veces ____

- 9. ¿Las relaciones humanas dentro de la organización son?**

Buenas ____ Regulares ____ Malas ____

Resultados obtenidos y análisis

Luego de aplicar esta encuesta a 5 colaboradores de la empresa Tostadora Café Rozo, fue posible obtener estas gráficas que muestran de manera más clara y detallada las prácticas realizadas en la empresa con relación a los Derechos Humanos como materia fundamental, cuyo análisis se encuentra en la parte inferior de cada una de las siguientes ilustraciones.

- 1. ¿Existe en la empresa un Plan de Bienestar Laboral?**

El 80% de la población encuestada considera o conoce que dentro de la empresa Tostadora Café Rozo, existe un Plan de Bienestar Laboral, aspecto fundamental para proporcionar espacios de esparcimiento y bienestar para los empleados.

2. ¿Se encuentra afiliado a seguridad social (Salud, pensión y riesgos), por parte de la empresa?

El 100% de la población encuestada afirma que la empresa Tostadora Café Rozo los tiene afiliados a seguridad social, es decir a todo el personal encuestado se le paga salud, pensión y riesgos.

3. ¿Existe por parte de los altos mandos y de los empleados relaciones de respeto, igualdad y dignidad de las personas?

El 60% de la población encuestada considera que, si existen en la empresa relaciones de respeto, igualdad y dignidad de las personas, mientras que un 40% restante considera que no es así, seguramente de acuerdo a su experiencia se han visto ante situaciones de este tipo, por lo que sí es pertinente tomar acciones de mejora.

4. ¿Existe por parte de los altos mandos acciones de abuso del poder y maltrato?

El 100% de la población encuestada considera que no existe ningún tipo de abuso del poder o maltrato por parte de los altos mandos de la empresa.

5. ¿Los miembros de la empresa Tostadora Café Rozo se apoyan o han apoyado de organismos y agrupaciones de derechos humanos, para hacer valer sus derechos?

El 100% de la población encuestada considera que en ningún momento se han visto en la necesidad o se han apoyado en algún tipo de organismo o agrupación defensora de los derechos humanos.

6. ¿Existe en la empresa Tostadora Café Rozo la libertad de expresión y de elección?

El 60% de la población encuestada considera que, si existe dentro de la empresa Tostadora Café Rozo, libertad para expresarse y para elegir, mientras que un 20% considera que no y el 20% restante considera que solo existe libertad de expresión y elección algunas veces.

7. ¿La empresa paga horas extras a sus trabajadores?

El 100% de la población encuestada afirma que si les pagan horas extras a los empleados de la empresa Tostadora Café Rozo.

8. ¿Ha sentido que sus derechos han sido vulnerados en alguna oportunidad?

El 80% de la población encuestada afirma que sus derechos no han sido vulnerados dentro de la empresa en ninguna oportunidad, mientras el 20% restante considera que si se han visto vulnerados sus derechos en alguna ocasión.

9. ¿Las relaciones humanas dentro de la organización son?

El 60 % de la población encuestada considera que las relaciones humanas dentro de la empresa Tostadora Café Rozo son buenas, un 20% de la población considera que son las relaciones humanas son regulares y un 20% restante considera que son malas.

Prácticas laborales

Instrumento: Encuesta aplicada a 5 colaboradores de la empresa Tostadora Café Rozo.

Encuesta empresa Tostadora Café Rozo

La siguiente encuesta se realiza con el fin de verificar el cumplimiento y realización de las prácticas laborales como materia fundamental en la RSE, dentro de la empresa.

De acuerdo a las siguientes preguntas, marque Sí o No, según lo que usted considere.

1. ¿La empresa respeta los periodos de descanso de los trabajadores, las vacaciones, etc.?

Sí____ No ____

2. ¿Se realizan procesos de entrenamiento y capacitación, para las mejoras de los procesos de la empresa Tostadora Café Rozo?

Sí____ No ____

3. ¿Considera que la remuneración realizada compensa la actividad desarrollada?

Sí____ No ____

4. ¿La empresa respeta las obligaciones laborales y comerciales?

Sí____ No ____

5. ¿La jornada laboral es la establecida por la normatividad?

Sí____ No ____

6. ¿La convivencia laboral se basa en el respeto?

Sí____ No ____

7. ¿Las actividades laborales que realiza la empresa están relacionadas con la responsabilidad social?

Sí____ No ____

8. ¿La realización de las actividades se basan en manuales de procedimientos ya establecidos?

Sí____ No ____

Resultados y análisis

Luego de aplicar esta encuesta a 5 colaboradores de la empresa Tostadora Café Rozo, fue posible obtener estas gráficas que muestran de manera más clara y detallada las actividades realizadas en la empresa con relación a las Prácticas Laborales como materia fundamental, cuyo análisis se encuentra en la parte inferior de cada una de las siguientes ilustraciones.

1. ¿La empresa respeta los periodos de descanso de los trabajadores, las vacaciones, etc.?

El 80% de la población encuestada considera que la empresa si respeta los periodos de descanso, las vacaciones, etc. de los trabajadores, mientras un 20% restante considera que no es así.

2. ¿Se realizan procesos de entrenamiento y capacitación, para las mejoras de los procesos de la empresa Tostadora Café Rozo?

El 100% de la población encuestada considera que la empresa realiza procesos de capacitación y entrenamiento a sus trabajadores, con el fin de la mejorar en los procesos realizados a través del aumento del desempeño laboral.

3. ¿Considera que la remuneración realizada compensa la actividad desarrollada?

El 60% de la población encuestada considera que la remuneración ofrecida por la empresa Tostadora Café Rozo, compensa de una u otra manera el desarrollo de cada actividad realizada por sus trabajadores, mientras que el 40% restante, por otro lado, considera que no es así.

4. ¿La empresa respeta las obligaciones laborales y comerciales?

El 100% de la población encuestada considera que la empresa Tostadora Café Rozo si respeta las obligaciones laborales y comerciales.

5. ¿La jornada laboral es la establecida por la normatividad?

El 100% de la población encuestada considera que la jornada laboral de la empresa es la establecida por la normatividad, es decir, 8 horas diarias.

6. ¿La convivencia laboral se basa en el respeto?

El 100% de la población encuestada considera que la convivencia laboral dentro de la empresa está basada en el respeto.

7. ¿Las actividades laborales que realiza la empresa están relacionadas con la responsabilidad social?

El 60% de la población encuestada considera que las actividades realizadas por la empresa están relacionadas con las RSE, mientras un 40% restante considera que no es así.

8. ¿La realización de las actividades se basan en manuales de procedimientos ya establecidos?

El 100% de la población encuestada considera que la realización de las actividades realizadas dentro de la empresa se basa en lo plasmado en los manuales de procedimientos.

Medio ambiente

Instrumento: Lista de chequeo

Poblaciónn objeto de estudio: Administrativos

1. ¿La empresa está ubicada dentro de la zona urbana de la región?
2. ¿La empresa desarrolla la tosti3n de caf3 con que recurso?
3. ¿Cu3l es el material con el que se producen los empaques?

4. ¿El consumo de agua es?
5. ¿Se produce humo en la tostión?
6. ¿Se produce polución y emisiones?
7. ¿La empresa realiza actividades para mitigar los efectos negativos

Tabla 3

Resultados

pregunta 1	Si	X	No	
pregunta 2	Gas		Energía eléctrica	X
pregunta 3	Ecológicos		Plásticos	X
pregunta 4	alta		Bajo	X
pregunta 5	Si	X	No	
pregunta 6	si	X	No	
pregunta 7	si		No	X

Fuente: Elaboración propia

Análisis:

Tostadora Café Rozo, es una empresa familiar y funciona hace 46 años en el sector de Pamplona Norte de Santander, es una empresa pequeña que se creó en este sector y con esfuerzo ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, así mismo ha tecnificado sus procesos en la tostiónn de café, la labor administrativa la realiza la familia fundadora de este negocio. Esta empresa compra el café a los caficultores de la misma región entre estos Toledo, Labateca, Durania y Cucutilla.

Con respecto al medio ambiente recordemos que lo primordial es contribuir con la conservación y sostenibilidad de este, asegurando los recursos naturales para las futuras generaciones.

El impacto negativo que causa ambientalmente esta tostadora de café es la producción de humo, alto consumo de energía eléctrica, empaques de plástico, consumo de agua, contaminación, y emisiones, esta no realiza actualmente labores que ayuden a mitigar estos efectos.

Prácticas justas de operación

Instrumento cuestionario: Tostadora Café Roza

El siguiente cuestionario se utiliza con instrumento para la recolección de información acerca de prácticas justas de operación; se solicita ser preciso y conciso en cada pregunta formulada.

1. ¿Qué medidas toma la empresa frente a un incumplimiento de reglas internas?
2. ¿La empresa se limita a cumplir las normas internas y externas frente a la competencia?
3. ¿Cómo la empresa cumple con cada uno de los tratos realizados con la competencia?
4. ¿Cómo son las relaciones con sus proveedores?
5. ¿Qué responsabilidad social tiene la organización en la sociedad?
6. ¿Qué estrategias tiene la empresa para una competencia leal?
7. ¿Cómo la empresa apoya a los proveedores para que tengan un mejor desarrollo en su producto?
8. Dentro de la empresa se ha presentado problemas de corrupción?
9. ¿Qué acciones preventivas se han tomado la empresa frente a esta situación?
10. Cree que se debe apoyar las pequeñas y medianas empresas para que obtengan responsabilidad social frente a la comunidad?

Resultados y análisis de la información recolectada

El cuestionario anterior se aplicó a 10 personas pertenecientes a la empresa Tostadora Café Rozo, donde se obtuvo los siguientes resultados:

1. ¿Qué medidas toma la empresa frente a un incumplimiento de reglas internas?

El 77% de la población a quien se le aplicó el cuestionario, referencia que la empresa aplica sanciones a sus empleados de acuerdo a la falta que se haya cometido, el 23% equivale a los despidos realizados siendo este de muy poca utilización.

2. ¿La empresa se limita a cumplir las normas internas y externas frente a la competencia?

El 85% de la población a quien se le aplicó el cuestionario, referencia que la empresa en su gran mayoría aplica y cumple las normas internas externas, el 15% equivale a una minoría de incumplimiento de normas a la que ya se están realizando los correctivos necesarios.

3. ¿Cómo la empresa cumple con cada uno de los tratos realizados con la competencia?

El 36% de la población a quien se le aplicó el cuestionario, referencia que la empresa ha mantenido un estándar de precios según el PIB permitiendo que sus clientes puedan acceder al producto, el 42% equivale a la calidad del producto del cual este cuenta con la recolección de materia prima de muy buena calidad de la región, el 22% representa que el producto es único en región, por lo tanto, está posicionado en el mercado competitivo.

4. ¿Cómo son las relaciones con sus proveedores

El 24% de la población a quien se le aplicó el cuestionario, referencia que la empresa ha mantenido una relación inter personal con sus proveedores, el 18% equivale al precio estipulado por ambas partes, el 29% representa las condiciones de pago, contado o crédito acordadas por las partes interesadas, el 16% simboliza la puntualidad en cada una de las entregas que los

proveedores hacen para cumplir con su cliente, el 13% representa la confianza como elemento fundamental en las relaciones personales y de negocios.

5. ¿Qué responsabilidad social tiene la organización en la sociedad?

El 39% de la población a quien se le aplicó el cuestionario, referencia que la empresa tiene una responsabilidad ambiental grande del cual su producto cumple con las normas ambientales requeridas para su distribución, el 21% equivale al desarrollo de la economía social, esta permite que se genere empleos que beneficien a la población, el 18% representa la fidelización de sus clientes comprometidos, el 12% simboliza el posicionamiento del producto en el mercado, marcando la diferencia con la competencia, el 10% indica la influencia que tiene la empresa en la sociedad, del cual ha sido destacada por los entes gubernamentales como una de las empresas de mejor emprendimiento en la región.

6. ¿Qué estrategias tiene la empresa para una competencia leal?

El 37% de la población a quien se le aplicó el cuestionario, referencia que la empresa en los últimos años a buscado expandir su producto por toda la región llegando hasta los rincones más lejanos de N de S, el 17% equivale a los canales de distribución con que cuenta la empresa, del cual busca que su distribución satisfaga las necesidades de sus clientes, el 25% representa un excelente servicio al cliente que permite un fortalecimiento de la empresa hacia el mercado meta, el 9% simboliza los medios de comunicación utilizados de los cuales se incluye radio, página de internet, televisión local y regional, el 12% indica la promoción de su producto, así este se ofrece por medio de ofertas, rebajas, calidad del producto, presentaciones del producto.

7. ¿Cómo la empresa apoya a los proveedores para que tengan un mejor desarrollo en su producto?

El 38% de la población a quien se le aplicó el cuestionario, referencia que la empresa apoya a sus proveedores con una buena comunicación entre ellos, del cual se apoya en sus necesidades, el

34% equivale a los medios de pago utilizados que sean accesibles a los proveedores, facilitándoles el dinero sea depositado en el menor tiempo posible, el 28% representa la fidelización que la empresa con sus proveedores.

8. ¿Dentro de la empresa se ha presentado problemas de corrupción?

El 95% de la población a quien se le aplico el cuestionario, referencia que dentro de la empresa no se ha presentado casos de corrupción, el 5% equivale a las personas que afirman que si ha habido ocasiones que se han presentado problemas de corrupción

9. ¿Qué acciones preventivas a tomado la empresa frente a esta situación?

El 52% de la población a quien se le aplico el cuestionario, referencia que la empresa tiene un código ético y moral bien estructurado, el 48% equivale a la terminación del contrato a las personas que han participado en corrupción.

10. ¿Cree que se debe apoyar las pequeñas y medianas empresas para que obtengan responsabilidad social frente a la comunidad?

El 91% de la población a quien se le aplico el cuestionario, referencia que, si se debe apoyar a las pequeñas y medianas empresas, quienes son las que permiten un crecimiento económico social cultural y ambiental, el 9% equivale a las personas que respondieron que no, ya que estas no pueden obtener responsabilidad social sin antes ya estar en una posición accesible que el mercado las reconozca.

Asuntos de consumidores

Instrumento: Encuesta

Nombre del cliente: _____

Dirección: _____

Correo: _____

Teléfono: _____

1. ¿La Tostadora Café Rozo ha respetado sus derechos como consumidor?

Sí___No ___

2. ¿Considera usted que el café es de calidad?

Sí___No ___

3. ¿Cundo ha presentado algún inconveniente con el Café le han dado una solución satisfactoria?

Sí___No ___

4. ¿Recomienda usted el café Rozo?

Sí___No ___

5. ¿La información suministrada por el café Rozo es clara y suficiente?

Sí___No ___

Resultados:

Consumidores encuestados: 10

Pregunta 1. El 90% de los consumidores encuestados considera que sus derechos son respetados y el 10% presenta inconformidades con respecto a sus derechos.

Pregunta 2. El 80 % de los consumidores consideran que la calidad del producto es idonea y un 20% presenta inconformidades

Pregunta 3. El 100% de los consumidores encuestados manifiestan que han recibido soluciones favorables cuando han tenido inconvenientes con el producto.

Pregunta 4. El 80% de los consumidores recomienda el café de la Tostadora y un 20% prefiere otras marcas

Pregunta 5. El 90% de los consumidores considera que la información suministrada del producto es suficiente y el 10% esta inconforme.

Análisis:

La empresa Tostadora Roza, respeta los derechos de los consumidores ya que ofrece a estos productos de calidad, idoneidad y la información suministrada en el empaque del producto es real y la publicidad para la venta y comercialización no corresponde a publicidad engañosa. Cuando algún cliente ha presentado algún inconveniente con el producto la empresa ha indagado cual ha sido la inconformidad y de esta manera le ha brindado al consumidor una solución para seguir fidelizando y captando nuevos clientes.

Para el presente análisis se realizó la encuesta a 10 consumidores, en la que se puede observar que los clientes están satisfechos con el producto.

Participación activa y desarrollo de la comunidad

Formato de la entrevista

EMPRESA TOSTADORA CAFÉ ROZO

Nombre entrevistado: Javier Rozo

Cargo: Encargado Control Calidad.

Dirección: Centro Pamplona - Carrera 8 # 5-99, Norte S.

Preguntas

1. ¿Cómo actúa la empresa frente a la participación activa y el desarrollo de la comunidad?

Desde que los fundadores dieron inicio a esta empresa se busca generar empleos que eleven crecimiento social y así apoyar al desarrollo económico del país. Además contribui con la compra a un buen precio de los insumos como lo es el café a los productores de la región.

2. ¿Cuáles son las condiciones sociales de los empleados?

También apoyamos a los productores vinculados como proveedores de la materia prima en capacitaciones que mejoren sus cosechas. El trabajador debe actuar responsablemente frente a su trabajo, familia y sociedad en general. En la empresa buscamos que cada trabajador cuente con las mejores condiciones de bioseguridad que preserven su vida.

3. ¿Cómo incentiva las habilidades de un empleado?

En la empresa buscamos que el trabajador a medida que

perfeccionar su actividad. Estas las realice en menor tiempo y este sea dedicado a su descanso y a su familia y así este menos tiempo en la empresa sin y sigue ganando lo mismo.

4. ¿Cuál es la responsabilidad organizacional que su empresa tiene con la sociedad?

La responsabilidad es de todos y por eso facilitamos que los estudiantes, profesionales, conozcan y realicen prácticas en nuestra empresa además de disponer del personal para capacitarlos.

5. ¿Qué hace la empresa para mitigar los daños ocasionados a la comunidad por los desechos generados en la producción?

Se está trabajando en ello y es por eso que estamos aprovechando algunos desechos para utilizarlo como abono orgánico y ser utilizado en las cosechas del café.

6. ¿Expectativas de la empresa frente a la responsabilidad social?

Está en proyecto implementar un área en donde se de un seguimiento a este tema de la responsabilidad que tenemos con la comunidad y así mitigar con estrategias el daño generado por la maquinaria como es el caso de la tostadora.

Análisis

La entrevista fue aplicada al señor Francisco Rozo encargado del área de control de calidad y con sus respuestas podemos analizar que la empresa tostadora de café cuenta con un personal que se preocupa por la aplicabilidad de la RSE ya que consideran que esta permite el crecimiento social y empresarial.

La empresa tostadora cuenta con las condiciones de bioseguridad a sus empleados, brinda apoyo social y familiar a los empleados además de capacitaciones a los agricultores y estudiantes sobre el todo el proceso que implica la tostada del café. Así mismo están buscando alternativas para aprovechar los desechos que genera la producción y participar positivamente en el cuidado ambiental y el mejoramiento social

Matriz marco lógico (árbol de problemas y árbol de soluciones)

Árbol de problemas

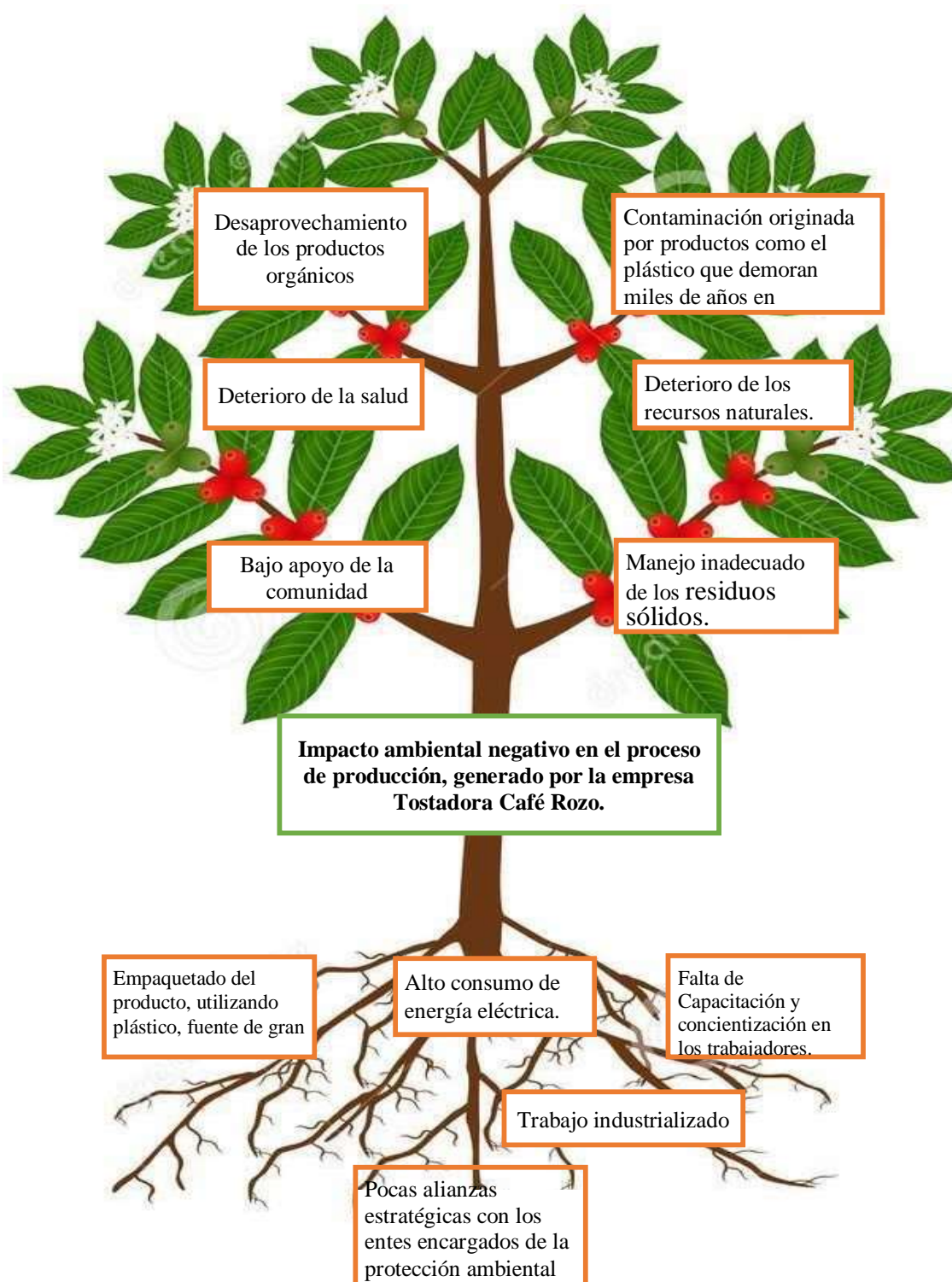


Ilustración 3

Árbol de soluciones

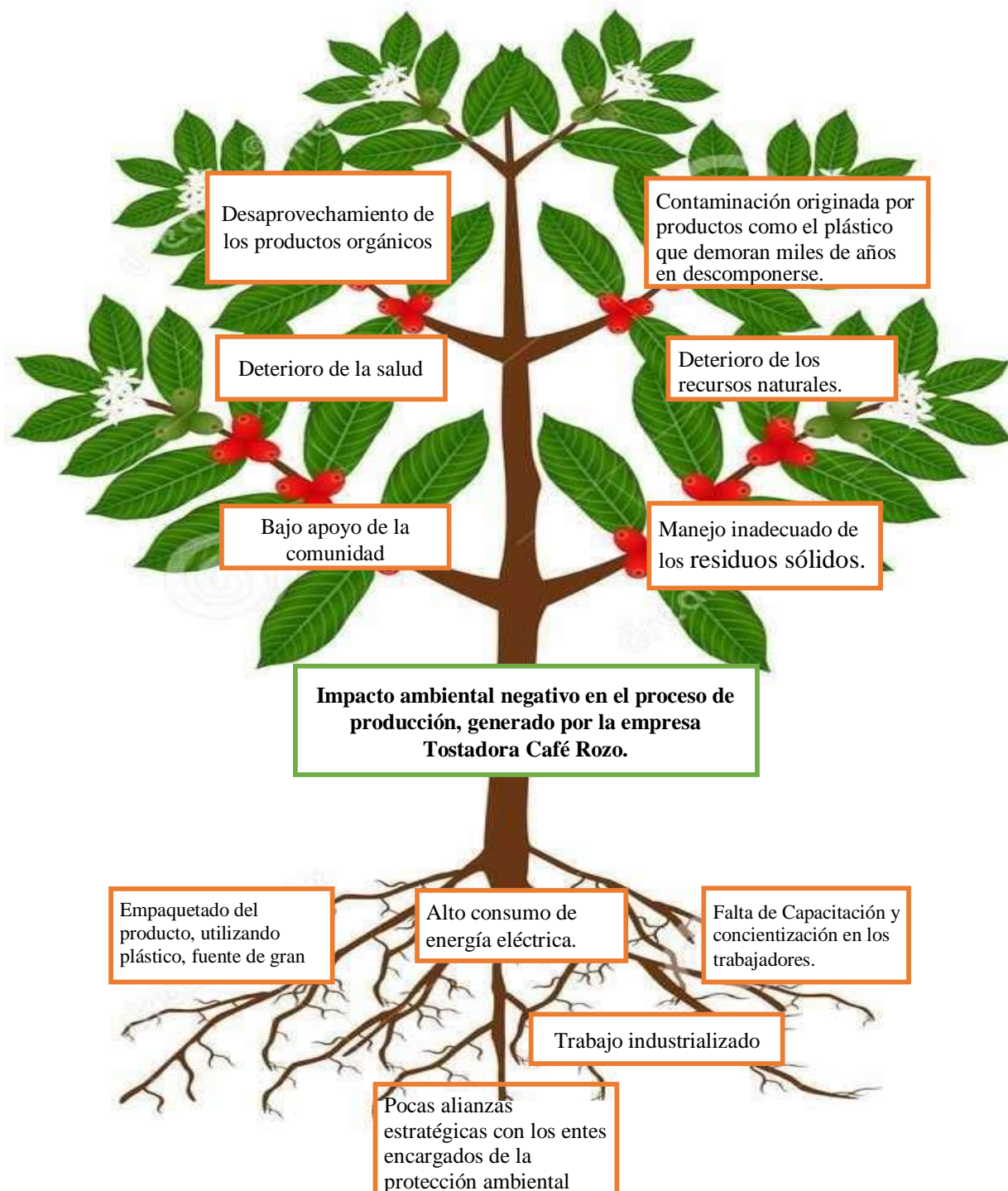


Ilustración 4

Definición de marco estratégico, imagen mapa estratégico y explicación a partir de la dimensión económica, social y ambiental

Mapa estratégico

El mapa representa las estrategias que implementara la empresa Tostadora Café Rozo, para conseguir sus objetivos económicos, sociales y ambientales, con el fin de obtener mayores beneficios para la organización y así mismo cumplir con la visión de la Tostadora.

Mapa estratégico

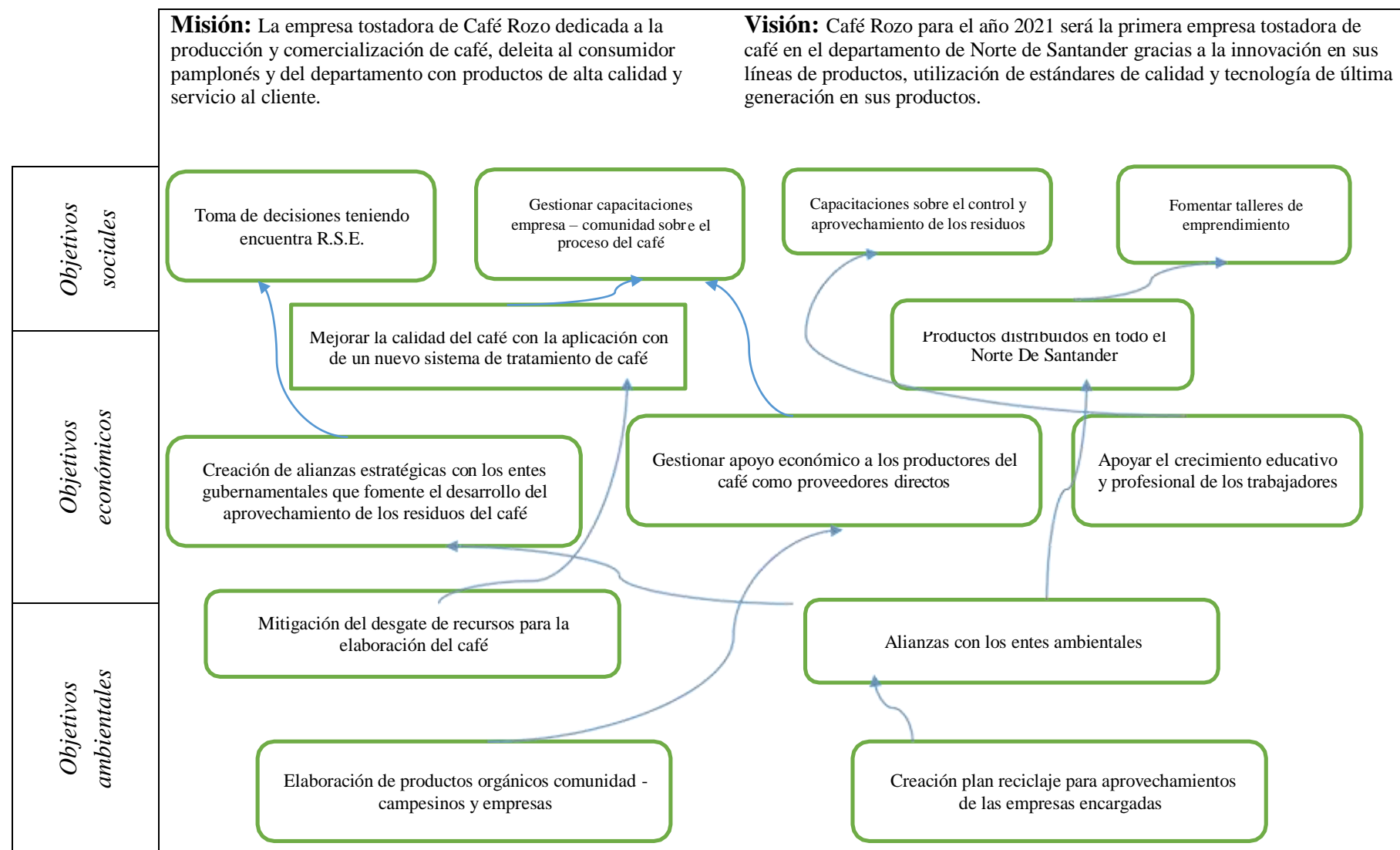


Ilustración 5.

Explicación dimensión económica, social y ambiental

Dimensión económica

Teniendo en cuenta la dimensión económica de la empresa tostadora de café rozo, estamos en proceso de transformación para poder dar una mejor calidad del café, con la aplicación de un nuevo sistema de tratamiento, donde se toma la decisión teniendo en cuenta R.S.E., al pasar el tiempo prolongado todos los empleados se deben capacitar sobre los nuevos procesos de control y aprovechamiento de los residuos, por consiguiente, logrando que se distribuyan en todo Norte de Santander, por tal motivo el ámbito social se hace más estratégico si se implementa con los entes gubernamentales que fomenten el desarrollo del aprovechamiento de los residuos del café con el apoyo económico a los productores, de los proveedores directos y donde se realiza un sondeo ambiental y se aprovecha en la creación del plan reciclaje y productos orgánicos para las empresas encargada, ya sea la comunidad en general o los campesinos.

Dimensión social

La empresa tostadora de café ha establecido entre sus logros contribuir al desarrollo de la sociedad, mejorando calidad de vida iniciando por la de sus empleados y proveedores. A los empleados garantizándole todos sus derechos y buscando espacios de esparcimiento social y a los proveedores en este caso la mayoría proveen del sector campesino mejorar sus condiciones garantizándoles con las capacitaciones y seguimiento en la producción obtener un producto de alta calidad.

Así mismo la empresa desde sus inicios ha creado confianza y credibilidad en la sociedad reflejado en la expansión de los productos en todo Pamplona. Teniendo como meta cercana expandirse por todo el departamento.

La empresa es un ejemplo de crecimiento y apoyo familiar cumpliendo con toda la obligación y ofreciéndose como alternativa para que quien desee de la comunidad pueda allí capacitarse, practicar y aprender sobre lo que significa el negocio del café y el manejo de una empresa.

Dimensión ambiental

La empresa esta consiente del daño generado por el humo y por el mal manejo de los desechos derivados del café.

El árbol de problemas refleja la inexistencia de un plan de acción que contribuya a mejorar la calidad de vida ambiental, pero permite tomar medidas para controlar el daño causado.

Es por eso que entre sus objetivos principales esta la incorporación de prácticas ambientales sostenibles con la aplicación de estrategias y cambios en la producción del producto también con el aprovechamiento de los desechos convirtiendo en recursos aprovechables en la siembra.

Marco legal (Norma ISO 26000)

La norma internacional ISO 26000, presenta de manera muy completa una guía enfocada en las empresas del sector público y privado, la cual se basa en un acuerdo internacional dentro de la cual se encuentran plasmadas las mejores prácticas de RSE, agregando un valor agregado a lo ya establecido en cuanto a esta materia.

Es importante tener en cuenta que la norma ISO 26000 está conformada por guías voluntarias, donde la finalidad principal es la implementación de prácticas que le permitan a los clientes satisfacer sus necesidades siendo socialmente responsables, pero sin poner en riesgo el medio ambiente, por el contrario, contribuir a su cuidado y prevención.

La ISO 26000 contribuirá a muchas organizaciones a nivel internacional sin importar su tamaño a operar de una manera socialmente responsable, pues esta guía comprende aspectos como:

Definiciones, conceptos y términos relacionados con la RSE.

Prácticas y principios relevantes en la RSE.

Orientación sobre variables o materias fundamentales de RSE.

Implementación y ejecución de comportamientos responsables en todas las organizaciones.

La ISO 26000 busca abordar asuntos de responsabilidad social para que las empresas operen de una manera socialmente responsable y será una herramienta vital para que las organizaciones empiecen a ejecutar este tipo de acciones.

Plan de estratégico de responsabilidad social (situación actual, plan de mejora, código de ética)

Tabla 4

Plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial de la Tostadora de Café Rozo

Dimensión	Objetivo estratégico	Estrategia	Plazo	Costo	Indicador
Económica	Crear un plan de reciclaje.	Programar actividades de mejora.	1 mes	500.000	Porcentaje (%) de residuos que han sido reciclados.
	Crear nuevo sistema de tratamiento para mejorar la calidad del café.	Apoyar a los proveedores por medio de los entes gubernamentales para que aprovechen mejor los residuos.			Nº de entidades que apoyaron a los proveedores en la iniciativa.
Social	Contribuir al desarrollo de la sociedad para	Buscar espacios de esparcimiento social para los empleados.	3 meses	2.000.000	Nº de empleados que participan en cada una de las actividades propuestas.
	Mejorar la calidad de vida de sus empleados y proveedores.	Seguimiento en la producción y obtención del producto. Capacitaciones a proveedores campesinos.			Nº de proveedores a quienes se les aplica seguimiento para incentivar la producción de buena calidad.
Ambiental	Incorporar prácticas ambientales sostenibles.	Aplicar estrategias que generen cambios en la producción del producto.	2 meses	1.200.000	Porcentaje (%) de resultados en los cambios de producción.
		Aprovechar los desechos			Porcentaje (%) de tratamiento y disposición de residuos.

Fuente: elaboración propia

Código de Ética Café Rozo

Introducción

A continuación, se presenta el Código de Ética dirigido a los colaboradores de la empresa Café Rozo, el cual se basa en la recopilación de todas aquellas reglas o normas que determinan el comportamiento ético, los valores y principios, que buscan al mismo tiempo crear sentido de pertinencia en cada uno de los miembros de esta empresa, así como crear relaciones interpersonales basadas en la responsabilidad y el respeto.

Es importante considerar este código de ética como un elemento fundamental para el funcionamiento de esta organización, teniendo en cuenta el compromiso que se tiene con la sociedad y el medio ambiente, la transparencia en la realización de cada uno de los procesos y el sentido con el que se apropian cada una de las normas.

Se presenta de esta manera la guía de un comportamiento adecuado, dentro y fuera de la empresa en el caso de representar a la misma, el actuar correctamente ante cada situación, a través del fortalecimiento del clima laboral, las relaciones interpersonales, hacer valer los derechos de cada trabajador, siendo vistos como la razón de ser de esta organización.

Café Rozo, aspira a que cada uno de sus trabajadores, lea, conozca, ejecute las reglas y normas establecidas dentro de este manual y a partir de allí seguir brindando productos de excelente calidad a los clientes, que la calidez humana sea característica de cada trabajador y que de esta manera mejore la realización de cada uno de los procesos para que se logre los objetivos que la empresa se ha propuesto.

Confidencialidad empresarial

Toda información que de otra manera corresponda a la generación de ganancias o ingresos para la empresa Café Rozo, debe ser tratada bajo secreto empresarial y solo será conocida por

algunos miembros de la misma con un uso restrictivo, estas personas a su vez deben velar por la seguridad y confidencialidad de esta información.

Conflicto de interés

Es conveniente resaltar que los intereses personales, familiares, profesionales, donde solo una persona sea quien resulte beneficiada no deben primar sobre los intereses de la sociedad. Siempre se debe pensar en equipo, a nivel colectivo y empresarial; donde los proveedores, accionistas, inversionistas, etc., también tengan la oportunidad de decidir objetivamente y prevalezca el interés de la sociedad

Conducta interna

Café Rozo, desea que cada miembro de su organización tenga siempre comportamientos de lealtad e integridad para con la empresa y con cada uno de sus compañeros de trabajo, que se creen espacios de sanos, donde haya excelentes relaciones humanas, excelente clima laboral, compañerismo, respeto y sentido de pertenencia; para que todas esas pequeñas acciones encaminen a cada uno de sus miembros a desempeñar mejor su labor con eficacia y eficiencia, logrando así los objetivos estratégicos que Café Rozo se ha propuesto.

Es importante recalcar que se debe evitar de la mayor forma posible malas prácticas o acciones que vayan en contra de lo estipulado en los protocolos establecidos, cualquier acción de mentira, engaño, deslealtad, etc.

Favores comerciales

Es de vital importancia tener en cuenta que no se permitirá bajo ninguna situación aceptar, recibir directa o indirectamente beneficios, bonos, gratificaciones, etc por parte de proveedores, clientes, empresas del sector donde se favorezcan de una u otra manera sus intereses por encima de los del negocio.

Aceptar algún tipo de beneficio, bono, gratificación a cambio de proporcionar información de la empresa Café Rozo.

La empresa Café Rozo permite entregar o recibir regalos, detalles, alimentos razonables y adecuados, siempre y cuando no se vean afectados de ninguna manera el bienestar y los intereses de esta compañía, ni sus relaciones comerciales con otras personas o empresas.

Contravenciones

Las normas fijadas por la empresa y las ya contempladas en la ley de Colombia deben ser respetadas por todos los integrantes de la empresa, no se permite ninguna excepción para el no cumplimiento de estas.

Se considera como contravenciones:

1. Maltrato físico y verbal en cualquier área de la Tostadora
2. Porte de arma de fuego o arma blanca dentro de las instalaciones de la Tostadora
3. Consumo de sustancias psicoactivas dentro de las instalaciones de la Tostadora
4. Daños a la infraestructura de la Tostadora
5. Discriminación por razones de raza, etnia, género, orientación sexual, edad, religión, nacionalidad, etc.
6. Denunciar falsamente una contravención

El comportamiento de cada uno de sus empleados del cual se rige por un reglamento interno de la empresa Café Rozo donde se siguen unos lineamientos de confidencialidad y compromiso, así, la manipulación de materia prima utilizada para la elaboración del producto según la actividad.

También se reconoce la protección al trabajo, trabajador, proveedores en la protección de integridad y respeto en cada una de las labores realizadas para el fomento de la economía.

Negociaciones

Defender la dignidad e integridad de las personas, donde la comunicación entre las partes vendedores y compradores se caracteriza por el comienzo de una interacción de necesidades que genere confianza y responsabilidad para cumplir con los objetivos propuestos.

Fidelización por parte de proveedores donde se busca el beneficio mutuo para dar cumplimiento a los acuerdos pactados por los interesados.

La empresa Café Rozo tiene unos principios y valores definidos donde el servicio al cliente es su principal atractivo de compromiso y excelencia, que beneficia a sus consumidores para la adquisición del producto.

Uso de la información de la empresa

La información corporativa de la empresa tiene un alto nivel de confidencial donde se protegen los datos financieros, las políticas, el reglamento interno, la imagen, los datos de los clientes, datos de los proveedores; del cual se incurre sanciones legales e internas en la violación de esta información.

Los fundamentos establecidos para la protección de datos empresariales han permitido que se cree una serie de procedimiento para el uso de la información dónde se protegen consecuentes a sus políticas de uso.

Comunicaciones estratégicas

Para la Tostadora Café Rozo es de vital importancia realizar estrategias adecuadas para comunicar, de esta manera se debe identificar a qué público se va a dirigir, con el fin de diseñar y seleccionar la estrategia de comunicación más acorde.

Comunicación interna

La empresa transmite información de interés o relevancia a sus empleados en el momento oportuno, por medio de canales autorizados como: carteles informativos, correo electrónico, página web y reuniones.

Comunicación externa

Se utiliza herramientas digitales como correos electrónicos, redes sociales, página web y carteles informativos a fin de llegar a los diferentes grupos de interés y de esta forma permitir que los stakeholders accedan a información de calidad actualizada.

Cultura, social y religión

Para la Tostadora Café Rozo es muy importante contribuir con el desarrollo y conservación de la cultura de Pamplona - Norte de Santander, lugar donde se encuentra ubicada la Tostadora, se incluyen las costumbres, prácticas, normas de comportamiento, creencias, producción de café, vestimenta y un aspecto muy importante la religión, pero la empresa no apoya ni se vincula a actividades religiosas que generen malestar a sus empleados o dentro de la comunidad donde opera, es decir que se mantiene al margen de cualquier actividad que pueda tergiversar las diferentes expresiones.

Para la organización la sociedad siempre será un factor fundamental, por lo que constantemente busca apoyar actividades, proyectos o ideas de emprendimiento que tengan como objetivo mejorar las condiciones de la comunidad de Pamplona.

Marco normativo

Se establece como medida para la buena integridad el cumplimiento del conducto regular y de normas establecidas en la empresa, así como aquellas externas que afecten a la empresa y sean comunicadas por las directivas para su cumplimiento como orientación para el desarrollo social y empresarial

Cumplimiento de principios de responsabilidad social, normas de conducta, políticas empresariales, sociales y ambientales

Conclusiones

Se puede concluir que hoy en día ninguna empresa puede dejar a un lado su RSE, no importa su tamaño, su economía, su nivel de competencia, esta debe tomar decisiones teniendo en cuenta la RSE ya que esta nos libera de situaciones que en un futuro son problemática y que tomando medidas a tiempo aporta grandes beneficios a una comunidad así como mejora calidad de vida, da una nueva imagen de empresa y mejora su competitividad frente a otras empresas; además de muchos otros aspectos como nos pudimos dar de cuenta en la empresa café Rozo en donde identificamos aspectos que ni sus líderes empresariales sabían, se pudo identificar la problemática que tiene y que está afectando a la sociedad como era el manejo de los residuos del café que estaban generando daños ambientales y sociales. Pero que gracias al trabajo se le dio un plan de solución en donde se van a aprovechar los residuos en abonos para la siembra.

También se puede rescatar la importancia del diseño, ejecución y colocación en práctica del código de ética ya que este nos ayuda a trabajar en un ambiente de tranquilidad en donde todos cumplen unos principios mostrando actitudes morales y de ética que mejoran el trabajo en la organización.

La Responsabilidad Social Empresarial es una oportunidad para que las organizaciones adquieran reconocimiento en el mercado en donde operan incluso a nivel internacional.

Tostadora Café Rozo es una empresa comprometida con la RSE, puesto que activamente ha contribuido con el desarrollo de la región donde se encuentra ubicada y a su vez ha realizado un esfuerzo fuerte para contribuir con la preservación del medio ambiente.

El presente trabajo indica de manera dinámica la importancia de la RSE dentro de la organización y su aporte significativo en los campos ambiental, social y económico.

Referencias Bibliográficas

- Arroyo, J. (2018). Los códigos de ética y los códigos de conducta en la promoción de la ética organizacional. *Revista Nacional De Administración*, 9(1), 87-103. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rori/v20n2/v20n2a11.pdf>
- Bermúdez-Colina, Y., & Mejías-Acosta, A. A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 315325. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=132586094&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Quinto, I (2015). Elaboración del plan de responsabilidad social empresarial para Astilleros Navales Ecuatorianos. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9959/1/UPS-GT000984.pdf>
- Sánchez, N. (2007). El marco lógico. Metodología para la planificación, seguimiento y evaluación de proyectos. *Visión Gerencial*, (2), 328-343. [fecha de Consulta 2 de Marzo de 2020]. ISSN: 1317-8822. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545876012.pdf>

Anexo

<https://editor-storage.reedsy.com/books/162438/exports/success/f559c46b-7d81-4927-8cbe-350dcce68880/202006271754-codigo-de-etica-cafe-rozo-1010086-archived.zip>